

商談は、 電話で作る。

テレアポ（新規開拓）を主軸に、展示会・ウェビナーで集めたリードもフォローコールで追い切ります。名刺やリード獲得で終わらず、「次回商談の日程が取れた数」で成果を測ります。

CONTENTS

この資料の内容

01	かけているのに、アポが増えていない	P.3
02	テレアポで商談を「作る」	P.4
03	これまでの実績	P.5
04	支援プロセス（リスト設計～商談化）	P.6
05	架電が、商談に変わるまで	P.7
06	チャンネル 01 テレアポ	P.8
07	品質を仕組みで担保する	P.9
08	AI は「質」と「再現性」に使う	P.10
09	チャンネル 02 展示会・ウェビナーフォロー	P.11
10	チャンネル 03/04 コンパニオン派遣・商談代行	P.12
11	入口 ワンコイン即レス	P.13
12	ご利用の流れ／こんな方におすすめ	P.14
13	行動指針・会社概要	P.15

PROBLEM

かけているのに、 アポが増えていませんか。

営業支援に入ると、アポが増えない現場には、だいたい同じ詰まりどころがあります。原因は「量」ではなく、誰にかけるかの設計と、獲得した接点を追い切る体制のほうにあります。

01 数だけを追う架電

「1日100件」を守ろうとするほど、1件あたりが雑になります。件数は積み上がっても、次の商談につながる会話は減っていきます。

02 粗いリスト

誰にかけるかが曖昧なまま、どれだけ良いトークをぶつけてもアポは生まれません。リストの精度が、その日の成果の上限を決めます。

03 続かない追客

展示会やウェビナーで集めた接点が、フォローされないまま冷えていきます。名刺の枚数は増えても、商談の数は変わりません。

「誰にかけるか」の設計と、追客の体制。
この2つを現場からつなぎ直します。

WHAT WE DO

テレアポで、商談を「作る」。

電話を軸に、商談が生まれるまでの工程をまるごと担当します。リストを作るところから、一次商談で話すところまでを、同じチームで通して見ます。

MAIN

テレアポ（新規開拓）

リスト設計から架電、商談化までを一気通貫で担当します。主力のサービスです。

FOLLOW

展示会・ウェビナーのフォローコール

会期前の事前アポ、会期中の現場支援、会期後の追客まで。集めたリードを電話で商談に変えます。

ENTRY

ワンコイン即レス

1コール500円・月額なし。本格導入の前に、まず1本から試せる入口です。

BACKSTAGE

裏方としての AI 活用

リスト抽出・通話の文字起こし・断り分析に使います。お客様に見えるのは、あくまで人の電話です。

成果の定義。アポの件数ではなく、**次回商談の日程を確定できた数**で測ります。数字の定義を最初にすり合わせてから走り出します。

これまでの実績。

数字は、代表・金子が個人で携わってきた案件の実測値です。社名は伏せ、業種と母数・期間を添えて掲載しています。

支援実績

50社+

代表が携わった通算の支援企業数

アポ獲得率

0.6% → 2.6%

リスト設計を見直した案件

展示会での商談化

20件

1 展示会あたりの平均

A 製造請負・人材（新規開拓）

リスト設計とトークを見直し、アポ獲得率が 0.6%（母数 955 件）から 2.6% に改善。断られた理由を毎週リストへ反映する運用に切り替えた結果です。

B 人材派遣（決裁者アプローチ）

決裁者に接触できたうちの 22.2% が商談化。対架電では 2.3%（母数 859 件・3ヶ月）。受付突破の一言を設計し直しました。

C 新卒採用メディア（掲載枠）

稼働 2 ヶ月でアポ 12 件。直近月の対架電は 1.2%。商材の説明を減らし、相手の採用課題を言い当てる順番に変更しました。

※ 2026 年 7 月時点。支援実績は、代表・金子が StockSun 株式会社／カリトルくん事業部での支援を含め携わった企業の通算値です。各数値は個別案件の実測値であり、成果を保証するものではありません。受注数はクライアント側の管理となるため掲載していません。前提条件は初回相談時にご説明します。

リスト設計から、商談化まで。

3つのフェーズを、切り離さずに回します。架電した結果がリストに戻り、翌週のトークに反映される。この循環が成果の source です。

01 リスト設計 | 誰にかけるかで、決まる

受注ログから逆算してターゲットを優先順位づけし、AIで狙い撃ちのリストを作ります。かける前に、勝負は半分決まっています。

02 架電 | その場で日程を握る

課題を言い当てる一言と、日程を2択で打診するトーク。その場で次回商談の日程を確定させます。

03 商談化 | 記録を資産にする

一次商談を代行し、録画をAIで要約。断られた理由まで記録し、翌週のリストとトークへ反映します。

毎週まわす。断られた理由を分類し、リストとトークを毎週磨き続けます。1回の改善ではなく、続ける仕組みとして持ち込みます。

RESULTS

架電が、商談に変わるまで。

母数を増やすより、接触率とアポ率を上げる。同じ架電数から取れる商談を増やすことに集中します。

架電（母数） 1,000 件

キーマン接触 100 件 / 接触率 10% 目安

アポ獲得 10~30 件 / アポ率 1~3% 目安

次回商談 日程確定 = そのまま
商談へ

→ どこを動かすか

接触率が低ければリストと架電の時間帯を、アポ率が低ければトークの順番を疑います。どちらの数字が詰まっているかを毎週見て、打ち手を1つに絞ります。

※ 業界・リスト・商材により変動する目安値です。実測に基づき毎週チューニングします。

テレアポ | 商談化までの最短ルート。

決裁者に直接あたれること、反応がその場で返ってくること。この2つが電話の強みです。

決裁者への直接アプローチ

受付突破のトークを設計し、意思決定者と直接会話します。

即時フィードバック

課題感や反応をその場で把握し、翌日の架電に反映します。

温度感の見極め

電話越しに関心度を測り、確度の高いアポだけを渡します。

業界に合わせた設計

ターゲット属性に応じて、スクリプトと架電体制を組み替えます。

渡すのは「日程」です。興味ありのリストではなく、カレンダーに入った次回商談をお渡しします。

品質は、仕組みで担保する。

人が電話をかける以上、当たり外れは出ます。それを個人の力量に任せず、記録と週次の改善で埋めます。

01 国内専任のチームが架電する

クラウドやスポットのワーカーに丸投げせず、固定のメンバーが担当します。誰がかけたかが分かる体制にします。

02 全通話を録音・記録する

「言った言わない」をなくすためであり、それ以上に、すべてを改善の材料にするためです。

03 AI で通話をレビューする

受付突破と切り返しを毎回スコアリングし、弱点を特定します。感覚ではなく記録で判断します。

04 週次で改善しつづける

断られた理由まで、翌週のトークとリストへ反映します。レポートは結果の報告ではなく、次の打ち手の相談です。

AI は、コールの「質」と 「再現性」に使う。

AI で電話をかけるのではありません。かけるのは人です。AI は、その前後の作業と分析に使います。

「誰にかけるか」を最適化

企業データを解析し、当たりやすい順にリスト化します。

トークを磨く

全通話を文字起こし・採点し、勝ちトークを抽出します。

断り分析を自動化

断られた理由を分類し、翌週のリストとトークへ反映します。

属人化させない

成果の出た型を、誰でも再現できる形で残します。

人が電話をかけ、AI がその質を測る。
役割を混ぜないことが、成果の再現性につながります。

展示会・ウェビナーの フォローコール。

獲得したリードは、時間とともに冷えます。熱があるうちに電話で追い切ることが、商談化の分かれ目です。

01 展示会 | 会期前の事前アポ架電

会期前に電話でアポを仕込み、当日の商談数を最大化します。ブースで待つ時間を減らします。

02 展示会 | 会期後 24 時間以内の追客

記憶が薄れる前に電話します。設計込みで支援した場合、1 展示会あたり平均 20 件の商談化を実現しています。

03 ウェビナー | 視聴度合いで優先架電

参加者と離脱者を分類し、熱があるうちに追客します。最後まで見た人と途中で抜けた人では、かける一言を変えます。

名刺の枚数ではなく。その場でカレンダーに入った「次の日程」の数を KPI に置きます。

展示会の現場も、 人を出して支えます。

会期中のブースは、人の数と質がそのまま成果になります。呼び込みから商談まで、担当を分けてお出しします。

03 コンパニオン派遣 | ブース集客を最大化

通行する来場者に声をかけ、立ち寄りを増やします。名刺交換とアンケートで見込み情報を取りきり、ブースの印象と滞在時間を伸ばします。事前研修で商材を頭に入れてから当日に臨みます。

04 商談代行 | その場で案件化する

営業経験者がブースで商談します。製品説明で終わらず、課題のヒアリングまで踏み込み、その場で次回商談の日程を確定させます。獲得したリードは、そのままフォローコールへ引き継ぎます。

会期後まで、同じチームで。当日出した人間と、追客する人間を分けません。現場で聞いた話を、そのまま電話に持ち込みます。

まず 1 本から試せる入口。 ワンコイン即レス。

いきなり月額契約を決めるのは、こちらをお願いしにくいところです。まず 1 コールから試せる形を用意しました。

価格

¥500 / コール

月額なし・最低ロットなし

折り返しまで

最短 5分

問い合わせが入ってから

01 熱があるうちに折り返す

フォームや広告からの問い合わせに、TSUNAIDE の営業チームが即コールします。リードは、折り返すまでに冷えていきま

す。

02 固定費のリスクなし

1 コール 500 円だけ。月額も最低ロット也没有せん。合わなければ、そこで止めていただいて構いません。

03 そのまま本導入へ

反応が良ければ、月額プランへ切り替えられます。電話するのは、切り替えた後も同じチームです。

FLOW

ご利用の流れ。

01

プラン選択

チャンネルと範囲の決定

02

リスト準備

ターゲットのご共有

03

文面調整

スクリプトのすり合わせ

04

稼働開始

架電／フォロー実行

05

週次レポート

結果報告と改善提案

初回ヒアリングから稼働開始まで、最短 2 週間でスタートできます。

RECOMMENDED FOR

こんな方に向いています。

まず試す

小さく始めたい

初めて外部リソースを使う。反応を見てから判断したい。自社営業の補完として使いたい。

広げる

接点を積み上げたい

商談の母数を安定させたい。中長期で見込み顧客を育てたい。自社だけでは手が回らない。

加速する

短期で成果を出したい

架電量を上げて市場の反応を一気に測りたい。展示会の前後を集中的に固めたい。

料金について。 架電範囲・リストの有無・チャンネルの組み合わせによって変わるため、**個別にお見積もり**します。初回相談は無料です。

MISSION / VALUES

結果が出るまで、やり切る。

PASSION × AI

情熱と AI、両方に賭ける

人の覚悟と AI の規模で、現場を動かします。

OWNERSHIP

当事者以上の熱量で

お客様の課題に、自分ごととして向き合います。

SPEED

決めたら、すぐ動く

初動を落としません。

SYSTEMIZE

仕組みに落とす

成果は AI で再現できる形に残します。

COMPANY

会社概要

会社名	株式会社TSUNAIDE（ツナイデ）
所在地	〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 2 丁目 19 番 19 号 ワコー宮益坂ビル 5 階
設立	2026 年 5 月 30 日
代表取締役	金子 紗也
資本金	100 万円
事業内容	テレアポ代行／展示会・ウェビナーのフォローコール／営業の仕組み化
サイト	https://tsunaide.co.jp

CONTACT

テレアポ・フォローコールの課題を、 一緒に整理しませんか。

事業フェーズとターゲット業界に合わせて、最適なチャネルと進め方をご提案します。
いまの架電数と取れている数を教えていただければ、どこが詰まっているかをその場でお伝えします。初回相談は無料です。

CONTACT

<https://tsunaide.co.jp/contact.html>

MAIL

s.kaneko@tsunaide.co.jp

TSUNAIIDE

Every Dot Matters. / すべての出会いに価値がある。